

Лобанова Е.Ю., аспирант

Научный руководитель Котляревская И.В., проф., д-р экон. наук

УПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИМ КАНАЛОМ КАК ЭЛЕМЕНТ УСПЕШНОЙ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Компании во всем мире воздействуют на экономику с помощью улучшения координации своих действий в отношениях с поставщиками и в сфере сбыта.

Сбыт – неотъемлемая часть общей системы предприятия, обеспечивающая наиболее эффективную организацию распределения производимой продукции.

Управление логистическим каналом представляет собой процесс, посредством которого осуществляется согласование сроков производства и сроков реализации заказов.

Многие фирмы инвестировали значительные средства в автоматизацию своих предприятий с целью сокращения сроков производства товара. В итоге процессы, для осуществления которых требовалось несколько дней, стали выполняться в течение нескольких часов, а операции, требовавшие нескольких часов, стали осуществляться в считанные минуты. Однако затем оказалось, что многие из таких фирм, инвестировавшие миллионы в ускорение производственных процессов, тратят теперь по несколько недель на ожидание того момента, когда их продукция, хранящаяся на складе или оптовой базе, начнет поступать к покупателю.

Таким образом, при эффективном управлении логистическим каналом необходимо сконцентрировать внимание на сроке выполнения заказа в целом.

Период времени выполнения заказа покупателя определяется интервалом времени между подачей заявки и ожидаемым моментом получения необходимого товара.

Следовательно задача управления логистическим каналом, заключается в поиске средств и возможностей сокращения разрыва между логистическим временем выполнения заказа и сроком выполнения заказа, требуемый покупателем.

Сокращение этого разрыва может быть достигнуто за счет уменьшения логистического времени выполнения заказа, то есть временной протяженности логистического канала.

Таким образом, сокращение временной длительности канала приводит к более быстрому и более качественному обслуживанию покупателей, что является необходимым условием эффективной сбытовой деятельности предприятия.